

MODOS DE JUEGO: UNA MIRADA A LA RECEPCIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS DE *POKÉMON* A TRAVÉS DE DESAFÍOS AUTOIMPUESTOS EN YOUTUBE¹

GAME MODES: A LOOK AT THE RECEPTION OF POKÉMON VIDEO GAMES THROUGH SELF-IMPOSED CHALLENGES ON YOUTUBE

MODOS DE JOGO: UM OLHAR SOBRE A RECEPÇÃO DOS VIDEOGAMES DE POKÉMON POR MEIO DE DESAFIOS AUTOIMPOSTOS NO YOUTUBE

Federico Segredo Simonetti

Departamento de Teoría y Metodología de la Investigación Literaria, Instituto de Letras, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad de la República. fsegredosimonetti@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4877-6797>

¹ Nota de investigación: Este proyecto se desprende del grupo de I+D de CSIC, «Literatura, cultura y poder en América Latina: las teorías, sus usos y nuevas prácticas de investigación (1970-2020)». Pertenecer por un lado al objetivo general de ampliar el objeto tradicional de los estudios literarios en diálogo con otras disciplinas y objetos culturales. Por otra parte, se inscribe en la preocupación por las prácticas de apropiación de los objetos culturales en clave de recepción. Además, aunque este aspecto puede variar en el futuro, este trabajo se proyecta en mis futuras investigaciones de posgrado, que buscarán abordar tanto teórica como empíricamente el problema del video como recepción y la performance en el *streaming* de videojuegos, área esta que queda deliberadamente fuera de este artículo por su complejidad específica.

Resumen: Los desafíos autoimpuestos son sistemas de reglas comunitarios que reorganizan la interacción jugador-juego. Este artículo analiza videos de YouTube que muestran desafíos realizados en videojuegos de Pokémon para observar cómo se explicitan y estabilizan reglas, qué restricciones se valoran y cómo la experiencia de juego se transforma en contenido audiovisual. A partir de la estética de la recepción, los estudios de videojuegos y algunas herramientas sociológicas, abordamos el video de *gameplay* como registro de partidas, paratexto y dispositivo pedagógico informal donde circulan modos de jugar. Con un método cualitativo, sobre un corpus organizado en torno a tres tipos de desafío —*speedrun*, *nuzlocke* y *solo*—, describimos regularidades en la organización de los videos, los sistemas de reglas y las formas de relación entre partida, plataforma y audiencia. El análisis muestra una orientación común hacia la optimización estratégica, la gestión del riesgo y la exploración de la rejugabilidad, junto con diferencias en los grados de estandarización y en las funciones reguladoras de cada desafío. En conjunto, el pasaje de partida a contenido permite pensar la recepción del videojuego como una práctica mediada por modos de juego y géneros de video, y deja abiertas preguntas sobre la circulación de prestigio entre categorías y su abordaje empírico.

Palabras clave: desafíos autoimpuestos; YouTube; recepción del videojuego

Abstract: Self-imposed challenges are community rule systems that reorganize player-game interaction. This article analyzes YouTube videos that show challenges performed in Pokémon video games in order to observe how rules are made explicit and stabilized, which restrictions are valued, and how the gameplay experience is transformed into audiovisual content. Drawing on reception aesthetics, video game studies, and some sociological tools, we approach gameplay video as a record of play, a paratext, and an informal pedagogical device through which ways of playing circulate. Using a qualitative method and a corpus organized around three challenge types — *speedrun*, *nuzlocke*, and *solo*—, we describe regularities in video organization, rule systems, and forms of relation between play, platform, and audience. The analysis shows a shared orientation toward strategic optimization, risk management, and the exploration of replayability, alongside differences in the degrees of standardization and in the regulatory functions of each challenge. Overall, the shift from play to content allows us to think of video game reception as a practice mediated by game modes and video genres, and leaves open questions about the circulation of prestige across categories and its empirical study.

Keywords: self-imposed challenges; YouTube; video game reception

Resumo:

Os desafios autoimpostos são sistemas comunitários de regras que reorganizam a interação jogador-jogo. Este artigo analisa vídeos do YouTube que mostram desafios realizados em videogames de Pokémon para observar como as regras são explicitadas e estabilizadas, quais restrições são valorizadas e como a experiência de jogo se transforma em conteúdo audiovisual. A partir da estética da recepção, dos estudos de videogames e de algumas ferramentas sociológicas, abordamos o vídeo de *gameplay* como registro de partidas, paratexto e dispositivo pedagógico informal por meio do qual circulam modos de jogar. Com um método qualitativo, sobre um corpus organizado em torno de três tipos de desafio —*speedrun*, *nuzlocke* e *solo*—, descrevemos regularidades na organização dos vídeos, nos sistemas de regras e nas formas de relação entre partida, plataforma e audiência. A análise mostra uma orientação comum para a otimização estratégica, a gestão do risco e a exploração da rejogabilidade, junto com diferenças nos graus de padronização e nas funções reguladoras de cada desafio. Em conjunto, a passagem da partida ao conteúdo permite pensar a recepção do videogame como uma prática mediada por modos de jogo e gêneros de vídeo, e deixa em aberto questões sobre a circulação de prestígio entre categorias e sua abordagem empírica.

Palavras-chave: desafios autoimpostos; YouTube; recepção do videogame

Recepción del videojuego y desafíos de YouTube

Existen entre jugadores de videojuegos conjuntos de reglas diseñadas por las mismas comunidades y autoimpuestas sobre sus partidas: los *challenges* o desafíos.² En este trabajo abordamos videos de YouTube que muestran esos desafíos en Pokémon.³ A partir de un desarrollo teórico que articula la estética de la recepción con los estudios de videojuegos,⁴ tratamos los videos como espacios productivos de transmisión de reglas —dispositivos pedagógicos nucleados en el polo receptor— y realizamos algunas apreciaciones exploratorias sobre la interacción jugador-juego.

El video de YouTube como recepción mediada del videojuego: breve repaso teórico

El videojuego se define por la interactividad; por ende, presenta una forma específica de recepción. Sus programas están diseñados para la interacción y la «experiencia comprometida» —sin la cual no existen más que en su potencialidad—, «los modos en los que los jugadores experimentan las ideas y problemas embebidos en el juego» (Sharp, 2015, p. 51). Esta interacción es mediada: por las reglas «explícitamente diseñadas por los desarrolladores» (Juul, 2005, p. 64) —*i. e.* el código—, por las limitaciones computacionales y físicas de la máquina, y por las condicionantes fisiológicas, sociales y culturales del jugador.

Esto es fundamental para entender la recepción del videojuego como obra abierta.⁵ La interacción del jugador con la máquina es experimental y recursiva; el acto de jugar constituye una confrontación dialógica entre horizontes. Jugar es un proceso de interpretación y reactualización de expectativas constante, que varía con cada jugador. Encontramos indicios de un «medio coautorado» (Sharp, 2015, p. 91), de una elucidación no restrictiva de «los significados potenciales de un texto» (Iser, 1978, p. 22).

2 La wiki tvtropes.org define estos desafíos como «una partida de un juego en la que el jugador juega bajo una restricción no requerida por el juego en un intento de incrementar la dificultad, el nivel de inmersión y la rejugabilidad.» (Self-Imposed Challenge, s. f., párr. 3) Esto dialoga con la postura que sostiene que los desafíos en Pokémon surgen porque las nuevas entregas ofrecen poco «valor de rejugabilidad» para jugadores «veteranos» (Byun, 2024, p. 34).

3 Franquicia multimedia de origen japonés. Su nombre es apócope de *pocket monsters* («monstruos de bolsillo»). Inicia en 1996, con la publicación de *Pocket Monsters Red y Green* (Game Freak, 1996a, 1996b) para la GameBoy de Nintendo. Según estimaciones de ventas e ingresos acumulados, es la franquicia de medios más valiosa del mundo (Buchholz, 2021). Los videojuegos se basan en la exploración de un mundo ficticio centrado en la caza y el entrenamiento de las criaturas homónimas mediante el combate. Para una historia detallada ver Byun (2024).

4 Reconocemos la dificultad de aplicar teoría literaria al videojuego. Las críticas semióticas (Myers, 2003, pp. 78-79) advierten contra atribuciones excesivas. Sin embargo, existen abordajes —algunos citados aquí, como el del mismo Myers— que enfatizan la interacción jugador-juego como proceso interpretativo (hermenéutico, recursivo), línea que nos interesa desarrollar.

5 Seguimos el abordaje de John Sharp (2015), derivado del de Umberto Eco y del análisis de la obra y los videojuegos de Mary Flanagan. Entendemos el «artefacto cultural» como un objeto «abierto a interpretación» que habilita un resultado de coautoría entre creador y receptor (Sharp, 2015, p. 91).

Al volver al mismo título, este se vuelve parte del marco en el que se produce su recepción. El conocimiento y las expectativas fundadas «equipan» al jugador para interactuar/interpretar el programa (White et al., 2020, p. 42) y predecir con relativa certeza los emergentes de la partida (Hanson, 2023, pp. 205-206).⁶ Al mismo tiempo, los significantes del juego pueden perder su capacidad connotativa y volverse meros indicadores de información del juego (Myers, 2003, pp. 12-14). Veremos que todos estos aspectos son centrales en la práctica del desafío.

Este conocimiento específico se incorpora al jugar y al exponerse a los «paratextos» del juego (Consalvo, 2007, p. 9), prácticas y discursos más o menos legítimos: prensa; guías oficiales y tercerizadas;⁷ interacción *online* y *offline* con otros jugadores; y contenido de diversa índole generado por creadores y *performers* en distintas plataformas como YouTube, Twitch, TikTok, entre otras.⁸ En particular, este último cumple una «función pedagógica» dentro de las comunidades (Burwell y Miller, 2016, p. 110).

Siguiendo a T. L. Taylor (2018) y a Catherine Burwell y Thomas Miller (2016), entendemos relevante resaltar al inicio que el contenido de *gameplay* que se analizó forma parte de esos paratextos y no del juego mismo. La naturaleza «innovativa, convergente y cotidiana del streaming y la creación de videos a demanda muestra cómo las prácticas creativas de los jugadores pueden crear comunidades auxiliares de fanáticos alrededor de un videojuego» (Guajardo, 2023, p. 410). Identificamos dos instancias recursivas: recepción (directa) del juego por el jugador-*performer* y recepción del video (directa) y del juego (indirecta) por el espectador.⁹ La comunidad se conforma en toda esta cadena de relaciones y su complejidad.

El video de *gameplay* se sitúa en la intersección entre la lógica del videojuego y la de YouTube.¹⁰ Aunque sea indisociable del programa, el video es el resultado de una puesta en escena del creador en interacción con la plataforma que lo aloja. Es necesario atender a las relaciones

6 Si bien este trabajo no modeliza sociológicamente el fenómeno, el concepto de «capital jugador» informa nuestro entendimiento de la interacción entre individuos, juegos, información e industria (Consalvo, 2007, p. 4). Asimismo, el «habitus gamer» puede pensarse —entre otras cosas— como una distribución fisionómica adquirida, que predispone cierta interacción con la máquina (Kirkpatrick, 2012, párr. 3), aspecto relevante para entender, por ejemplo, el *speedrunning*.

En todo caso, lo aquí analizado puede aportar a pensar un posible proceso de adquisición de ese capital y esas disposiciones. Coincidimos con Andras Lukacs (2023) en que *campo* y *habitus* han sido «poco teorizados» y «poco utilizados» en los estudios de videojuegos, probablemente porque este marco resulta más útil para vincular «procesos sociales más grandes» que para describir el campo en su autonomía relativa (p. 525).

7 Las guías generan un desafío propio en el que los jugadores intentan completar el juego siguiendo estrictamente las guías oficiales, es decir, pasarlo «como Nintendo lo concibió» (Z2), lo que, mediante el humor, remarca la libertad de interacción característica de la forma.

8 Lista no exhaustiva, que incluye, pero no se limita al objeto de este trabajo.

9 La recepción del videojuego a través de videos podría implicar comentarios de usuarios. Sin embargo, este trabajo no aborda esa recepción indirecta por dos razones: por espacio y enfoque, priorizamos la primera relación; por otro lado, en el ecosistema actual de redes sociales no es posible determinar con certeza qué contenido es humano y cuál es generado por *bots* automatizados o modelos de lenguaje. Sobre la teoría del internet muerto y el contenido no humano, ver Ahmed et al. (2024), Muzumdar et al. (2025) y Walter (2025).

10 Esta última no es central en este trabajo, que se enfoca en la relación entre jugador y videojuego, aunque, debido a que abordamos una recepción diferida, fue necesario atribuir características de los videos a la plataforma donde se exhiben.

parasociales allí construidas, entendidas como «una conexión a largo plazo entre la audiencia y la persona mediática, construida y situada en múltiples exposiciones» al contenido, que además satisface necesidades sociales de los espectadores como pueden ser amistad, consuelo, deseo o admiración (Kreissl et al., 2021, p. 4).¹¹

La partida nuclea a su alrededor una red compuesta por el videojuego, el acontecimiento de la transmisión en vivo (si la hubiese), el registro y su montaje. Para poder abordar esta red como archivo de experiencias lúdicas efímeras —i. e. recepción del videojuego—, es necesario considerar en cada punto esta relación diferida. Aquí nos centraremos en analizar cómo los jugadores-*performers* crean discursos mediante la reapropiación de significados y cómo estos se organizan en géneros (de juego y de video): por ejemplo, qué secciones del videojuego se enfatizan, cómo se subdividen las partidas para entendimiento de la audiencia o cómo se configuran los sistemas de reglas.

Metodología de construcción y análisis de corpus

Desafíos en la conformación del corpus: nota metodológica

La construcción del corpus iluminó limitaciones en el acceso a datos de YouTube.¹² Otras dificultades se atribuyen a que los desafíos autoimpuestos son prácticas estandarizadas comunitariamente. La cantidad de videos, la ausencia de taxonomías estables y la heterogeneidad formal dificultaron la recolección exhaustiva en un nivel relevante para cualquier automatización. Por esto, optamos por un muestreo manual basado en tipo de desafío, cantidad de videos por creador y versiones del juego.

Se identificaron tres grandes grupos de desafíos (*speedrun*, *Nuzlocke* y *solo*), definidos por reglas relativamente estables entre videos, y se diseñó una matriz de cobertura de un video por versión del videojuego para cada tipo de desafío.¹³ Todos los videos analizados fueron publicados por los creadores en sus propios canales de YouTube para observar el vínculo creador-audiencia. Se priorizaron canales sin comentario añadido a la partida o angloparlantes para limitar el alcance.

11 Es importante resaltar la citada formulación «persona mediática» para matizar el alcance de nuestras afirmaciones sobre los jugadores en tanto creadores o *performers*. Debido al camino teórico elegido, no resulta posible en este trabajo llegar al sujeto detrás del *performer*. El concepto de «relación parasocial» ilumina cómo la interacción a través de la plataforma favorece el oscurecimiento de esta distinción, pero no resuelve ni elimina la mediación. Por tanto, es necesario mantener presente que cuando hablamos aquí de *jugadores* para referirnos a los creadores de contenido lo hacemos en tanto construcciones conscientes de su mediatización.

12 La no determinación del sistema de búsqueda —que un mismo término no arroje siempre los mismos resultados— impide automatizar la construcción de un corpus replicable. Un corpus cualitativo requeriría desarrollar código para interactuar con la API de la plataforma, algo que este trabajo busca habilitar como punto de partida para futuros estudios.

13 Excepto B4, que muestra dos partidas de dos videojuegos en el mismo video.

Excepto en *speedrun*,¹⁴ se excluyeron transmisiones en vivo íntegras.¹⁵ Se consignan tanto videos editados a partir de esas transmisiones (*highlights*, narraciones en *off*) como partidas no transmitidas. Consignamos videos unitarios publicados a partir de 2019¹⁶ que presentasen partidas en las tres primeras generaciones de Pokémon.¹⁷ Los títulos incluidos son,¹⁸ de la primera generación, *Pokémon Red* y *Blue* (Game Freak, 1998a, 1998b) y *Yellow* (Game Freak, 1999); de la segunda, *Pokémon Gold* y *Silver* (Game Freak, 2000a, 2000b) y *Crystal* (Game Freak, 2001); de la tercera, *Pokémon Ruby* y *Sapphire* (Game Freak, 2003a, 2003b), *FireRed* y *LeafGreen* (Game Freak, 2004a, 2004b) y *Emerald* (Game Freak, 2005).¹⁹ La selección responde a la estabilidad visual de los juegos, alterada por la doble pantalla de la Nintendo DS en la cuarta generación.²⁰ El corpus excluye *hackroms*.²¹ Se consignan videos que emulan los programas originales o versiones levemente modificadas de ellos —para organizar la información o dinamizar el *gameplay*— y las que viabilizan los desafíos, como el cambio de *pokémon*²² inicial en la categoría *solo*.

Se evitó la sobrerrepresentación de creadores. Esto fue difícil debido a la propia naturaleza del limitado buscador de YouTube, que prioriza la relevancia y las visualizaciones. No obstante, procuramos incluir algunos canales de distintos tamaños y en distinta relación con la plataforma (régimen de actividad, monetización), y se evitó sobrepasar el límite de tres videos por creador. Debido a la relativa poca conflictividad entre criterios, los desempates o problemas fueron resueltos caso a caso.

A partir de estas limitaciones y decisiones en la construcción del corpus, se eligió un análisis cualitativo orientado a identificar y describir aspectos que puedan servir de base para futuros abordajes del mismo u otro tipo. Nuestra exploración se concentró en las características que entraran en diálogo con el marco teórico planteado sobre la forma del video como recepción del videojuego. En este marco, el análisis se estructuró a partir de tres grandes objetivos: 1) describir

14 Que necesita el material «en crudo» como prueba de destreza y autenticidad.

15 En consonancia con la definición de *Let's play* como contenido para ser consumido «on-demand» (Kreissl et al., 2021, p. 4).

16 En dos casos (A2, A5) no fue posible cumplir con todas las restricciones hasta aquí expuestas sin descuidar ya sea la versión del videojuego o la fecha. Dado que la fecha es arbitraria, hicimos primar el criterio de título.

17 Correspondientes, cada una de ellas, a las consolas *GameBoy*, *GameBoy Color* y *GameBoy Advance*, respectivamente.

18 Citados por su publicación en Estados Unidos. Las duplas (lanzamientos con mínimas variaciones para fomentar el juego colectivo) comparten fecha de lanzamiento. En algunas tablas, esto se refleja en la no distinción de los creadores sobre la versión utilizada; en algunos casos se reconstruyó el dato, excepto en B1 y C5, del mismo creador, donde no fue posible.

19 En adelante, referenciados solo por su nombre.

20 La división en generaciones implica aspectos técnicos (consola, combate, balance, mecánicas, errores y limitaciones de programación) y culturales, ya que cada una condensa expectativas ligadas a la nostalgia. Pese a las variaciones introducidas en cada iteración, la estabilidad de las mecánicas centrales vuelve esta selección representativa del ecosistema de videos de desafíos del núcleo principal.

21 Modificaciones profundas del programa realizadas y distribuidas por usuarios para aumentar la dificultad, generar contenido nuevo o, en muchos casos, crear títulos completamente autónomos (Byun, 2024, pp. 37-42).

22 Aunque en los juegos no hay diferencia, usamos aquí en minúsculas el sustantivo referido a la especie intradiagética y en mayúsculas referido al título o la franquicia.

y contrastar —a partir de las regularidades del corpus y las definiciones comunitarias y de la bibliografía— los distintos sistemas de reglas, atendiendo a cómo estas se estandarizan, qué buscan, cómo interactúan con los programas, y cómo emergen en el formato audiovisual; 2) describir las regularidades de los videos en tanto discursos asociados a cada sistema de reglas, considerando títulos, estructuras y estrategias de relacionamiento con el público, y 3) reflexionar —a partir de las observaciones y en debate con la bibliografía— sobre la interacción jugador-juego, atendiendo a la complejidad señalada al trabajar con jugadores-*performers* y recepción diferida.

Corpus

El resultado de la selección general fue un corpus de 31 canales (Tabla 1). El corpus principal cuenta con 32 videos (Tablas 2, 3 y 4). Cada uno de los videos cuenta con un identificador. Se adjuntan además datos de creadores —relevados al 5 de febrero de 2026— (Tabla 1) y una tabla complementaria que reúne los videos referenciados que no formaron parte del corpus central, pero que fue necesario incorporar de manera puntual al análisis, para robustecer los argumentos o mostrar algún aspecto que se invisibilizaría de otra manera (Tabla 5).²³

Tabla 1. Datos y descripción de los canales

Nombre del canal	Tipo de contenido	Nacionalidad/País asociado al canal	Suscriptores	Video más reciente
Werster	<i>Speedrun</i>	Australia	138 mil	5/2/2026
Keizaron	<i>Speedrun</i>	EE. UU.	14,5 mil	4/2/2026
Sinned	<i>Speedrun</i>	Alemania	85	31/1/2026
Jrose11	<i>Nuzlocke, Solo</i>	Canadá	366 mil	31/1/2026
ChaoticMeatball	<i>Nuzlocke, otros desafíos</i>	EE. UU.	208 mil	31/1/2026
Mah-Dry-Bread	<i>Solo, otros desafíos</i>	Canadá	420 mil	31/1/2026
Scott's Thoughts	<i>Solo</i>	Canadá	77,8 mil	31/1/2026
The Breph	<i>Solo, otros videojuegos</i>	Reino Unido	2,99 mil	31/1/2026
TheOddisOut	Animación (no dedicado a Pokémon)	EE. UU.	20,7 millones	31/1/2026
MandJTV	Análisis, variedades	EE. UU.	2,56 millones	31/1/2026
Speedrunner 0218	<i>Solo</i>	EE. UU.	2,4 mil	30/1/2026
PaPaSea	<i>As intended, análisis, variedades</i>	EE. UU.	225 mil	30/1/2026
Gunnermaniac	<i>Speedrun</i>	EE. UU.	65,8 mil	23/1/2026
keepingiticy	<i>Speedrun</i>	EE. UU.	39	4/1/2026

²³ La tabla 1 está ordenada según la última actividad registrada de los canales. Las tablas 2, 3 y 4 siguen el orden cronológico de publicación de los videojuegos. Por el carácter auxiliar de la tabla 5, y por la variedad de materiales relevados, esta no responde a un criterio único de ordenamiento. La diferencia entre «Nombre del canal» (Tabla 1) y «Referencia» (Tablas 2, 3, 4 y 5) responde a la función de cada tabla: la primera ofrece un panorama general de los canales, mientras que las restantes identifican videos concretos.

Tabla 1. Continuación

Nombre del canal	Tipo de contenido	Nacionalidad/País asociado al canal	Suscriptores	Video más reciente
FlygonHG	<i>Nuzlocke</i>	EE. UU.	429 mil	30/12/2025
WaveWarrior	<i>Speedrun</i>	EE. UU.	1,81 mil	20/12/2025
JaidenAnimations	Animación (no dedicado a Pokémon)	EE. UU.	15 millones	19/12/2025
pChal	<i>Nuzlocke</i> , comentario, otros desafíos	Alemania	949 mil	15/12/2025
Grogir	<i>Speedrun</i>	Francia	107	6/12/2025
Pikasprey Yellow	<i>Solo</i> , análisis, variedades, otros videojuegos	Canadá	436 mil	24/11/2025
Shenanagans Smash	<i>Speedrun</i>	EE. UU.	16,7 mil	17/11/2025
SilphSpectre	<i>Nuzlocke</i>	Canadá	270 mil	16/11/2025
Coach Max Entertainment	<i>Nuzlocke</i> , otros videojuegos	EE. UU.	2,74 mil	27/10/2025
Pokeguy	<i>Speedrun</i>	EE. UU.	6,86 mil	17/2/2025
Swoletaku	Análisis, variedades, desafíos	Canadá	2,03 mil	29/7/2024
Danondorf	<i>Nuzlocke</i> , otros videojuegos, música	EE. UU.	613	15/6/2024
Bard Breaker	<i>Solo</i>	EE. UU.	2,47 mil	23/2/2024
Grumpy Gengar	<i>Nuzlocke</i>	No disponible	15,9 mil	16/2/2024
SapphireSabre	<i>Nuzlocke</i>	EE. UU.	3,2 mil	26/7/2023
Washer	<i>Speedrun</i>	EE. UU.	107	11/10/2022
Woopsire	<i>Solo</i> , otros desafíos	EE. UU.	92,9 mil	7/12/2020

Fuente: elaboración propia a partir de YouTube (speedrun.com)

Tabla 2. *Speedrun*

Id	Referencia	Videojuego	Subcategoría	Duración (hh:mm:ss)	Fecha
A1	Pokeguy (2019)	<i>Red</i>	<i>any%</i>	0:03:45	8/8/2019
A2	Werster (2013)	<i>Blue</i>	<i>glitchless (classic)</i>	2:01:28	13/3/2013
A3	Sinned (2025)	<i>Yellow</i>	<i>any% glitchless</i>	1:53:44	31/5/2025
A4	Washer (2022)	<i>Gold</i>	<i>any%</i>	0:10:36	27/1/2022
A5	Keizaron (2016)	<i>Silver</i>	<i>any% glitchless</i>	3:25:58	16/8/2016
A6	Gunnermaniac (2021)	<i>Crystal</i>	<i>any% glitchless</i>	3:14:21	24/1/2021
A7	Keepingiticy (2025)	<i>Ruby</i>	<i>any% glitchless</i>	2:14:42	15/4/2025

Id	Referencia	Videojuego	Subcategoría	Duración (hh:mm:ss)	Fecha
A8	Gunnermaniac (2024)	Sapphire	any% glitchless	1:59:45	21/8/2024
A9	Gunnermaniac (2025)	FireRed	Elite 4 Round 2 (glitchless)	3:31:17	29/7/2025
A10	Pokeguy (2023)	LeafGreen	any% glitchless	2:03:57	15/12/2023
A11	WaveWarrior (2022)	Emerald	any% glitchless	2:37:27	2/3/2022

Fuente: elaboración propia a partir de YouTube

Tabla 3. Nuzlocke

Id	Referencia	Videojuego	Subcategoría	Duración (hh:mm:ss)	Fecha
B1	Jrose11 (2022)	Red	Hardcore	0:22:14	4/12/2022
B2	Danondorf (2023)	Blue	Hardcore	0:32:42	24/2/2023
B3	FlygonHG (2022)	Yellow	Hardcore	0:34:43	17/11/2022
B4	ChaoticMeatball (2025)	Gold, Silver	Monotype/Hardcore	0:31:01	4/11/2025
B5	ChaoticMeatball (2022)	Crystal	Monotype/Hardcore	0:33:32	17/5/2022
B6	SilphSpectre (2021)	Ruby	Monotype/Hardcore	0:38:03	14/11/2021
B7	SilphSpectre (2022)	Sapphire	Monotype/Hardcore	0:39:59	27/2/2022
B8	FlygonHG (2020)	FireRed	Hardcore	0:29:41	9/12/2020
B9	SapphireSabre (2021)	LeafGreen	Monotype/Hardcore	0:16:50	11/6/2021
B10	Grumpy Gengar (2023)	Emerald	Hardcore	2:00:37	20/1/2023

Fuente: elaboración propia a partir de YouTube

Tabla 4. Solo

Id	Referencia	Videojuego	Duración (hh:mm:ss)	Fecha
C1	Bard Breaker (2020)	Red	0:17:45	2/8/2020
C2	Mah-Dry-Bread (2019a)	Blue	0:32:44	3/6/2019
C3	Scott's Thoughts (2025a)	Yellow	0:49:08	6/12/2025
C4	Mah-Dry-Bread (2024)	Gold	0:33:45	1/12/2024
C5	Jrose11 (2020)	Silver	0:59:08	29/10/2020
C6	Woopsire (2020)	Crystal	0:15:52	6/6/2020
C7	Mah-Dry-Bread (2019b)	Ruby	0:21:31	12/10/2019

Tabla 4. Continuación

Id	Referencia	Videojuego	Duración (hh:mm:ss)	Fecha
C8	Speedrunner 0218 (2025)	<i>Sapphire</i>	0:35:06	8/6/2025
C9	Scott's Thoughts (2022b)	<i>FireRed</i>	0:57:41	25/12/2022
C10	The Breph (2019)	<i>LeafGreen</i>	0:11:01	6/12/2019
C11	Scott's Thoughts (2022a)	<i>Emerald</i>	0:49:15	28/1/2022

Fuente: elaboración propia a partir de YouTube

Tabla 5. Complementaria

Id	Referencia	Videojuego	Tipo de video/ desafío	Duración (hh:mm:ss)	Fechas
Z1	Grogir (2023)	<i>Red</i>	<i>Speedrun (any%)</i>	0:02:22	15/12/2023
Z2	PaPaSea (2020)	<i>FireRed</i>	<i>As intended</i>	0:25:43	21/11/2020
Z3	Sinned (2025)	<i>Yellow</i>	<i>Speedrun (glitchless)</i>	2:07:42	15/6/2025
Z4	Coach Max Entertainment (2020b)	<i>Silver</i>	<i>Nuzlocke clásico (Playlist)</i>	40+1 episodios	15/5/2020 - 18/8/2020
Z5	Coach Max Entertainment (2020a)	<i>Blue</i>	<i>Nuzlocke clásico (Playlist)</i>	25+2 episodios	21/3/2020 - 7/6/2020
Z6	JaidenAnimations (2019)	<i>Ruby</i>	<i>Nuzlocke clásico (Animación)</i>	0:17:49	10/11/2019
Z7	TheOddisOut (2025)	<i>Ruby</i>	<i>Nuzlocke clásico (Animación)</i>	0:23:00	18/7/2025
Z8	pChal (2020)	<i>Ruby</i>	Reacción	0:29:45	8/8/2020
Z9	pChal (2025)	<i>Ruby</i>	Reacción	0:18:39	31/8/2025
Z10	Jrose11 (2023)	<i>Red</i>	<i>Solo</i>	1:08:34	15/12/2023
Z11	MandJTV (2020)	-	Análisis	0:15:39	5/5/2020
Z12	Swoletaku (2020)	-	Análisis	0:13:32	3/10/2020
Z13	Scott's Thoughts (2025b)	<i>Yellow</i>	<i>Solo</i>	1:16:18	24/12/2025
Z14	Shenanagans Smash (2016)	<i>Red, Blue, Yellow</i>	Análisis	0:03:39	10/2/2016
Z15	Pikaspsey Yellow (2018)	<i>Red/Blue</i>	<i>Solo</i>	0:24:15	13/2/2018

Fuente: elaboración propia a partir de YouTube

¿Cómo seguir jugando Pokémon treinta años después?

¿Registro o contenido?:

reflexiones en torno al *speedrunning* de Pokémon en YouTube

Practicar *speedrunning* (literalmente, ‘correr rápido’) en un juego que carece de una mecánica implementada para ello es entendido por la bibliografía como reappropriación de un «contenido diseñado para otros propósitos» que constituye un nuevo «modo de juego» apartado de las supuestas intenciones de sus diseñadores (Guajardo, 2023, p. 411). Esto aplica al ecosistema de la Tabla 2: los juegos de Pokémon solo tienen reloj de tiempo interno (no real) de la partida y, por esto, requieren definiciones compartidas y centralizadas en una plataforma que, además, mantenga las tablas de competidores.²⁴

Para este fin se utiliza speedrun.com. Dicha plataforma concentra información relevante al desafío (categorías, reglas, tablas, usuarios) para múltiples juegos. La plataforma define la actividad como intentar «superar parte o todo un videojuego lo más rápido posible», con objetivos y limitaciones «decididas por la comunidad o el jugador» (What is speedrunning?, s. f., párr. 1). Algunas concepciones sostienen que esta práctica se distingue del simple juego ya que, en cierto sentido, este está siendo usado como una herramienta —o quizás un «entorno» dentro del cual los *speedrunners* están jugando un metajuego de su propia creación (Hemmingsen, 2020, p. 2).

La lógica de speedrun.com ve al video como registro; el *speedrun* parece no acoplarse del todo a la lógica de YouTube. La partida continúa en el centro y nuclea paratextos a su alrededor,²⁵ pero el récord no asegura un alto número de suscriptores (Sinned, Washer). Asimismo, la profesionalización en la presentación tampoco se vincula con esa métrica;²⁶ incluso algunos optan por no mostrar sus rostros ni hablar en los videos, por lo que no se puede hablar de una apelación consciente al vínculo parasocial.

La construcción de sistemas de reglas es una exploración colectiva del programa. Que speedrun.com sea una plataforma transversal apunta hacia un solapamiento de los videojuegos y habla de una práctica que atraviesa géneros, consolas y títulos, nucleándose en torno a un *ethos* y a «habilidades básicas» (Hemmingsen, 2020, p. 4). Esto diferencia al *speedrunner* del resto de los jugadores, incluso los dedicados, mediante un capital específico de la práctica. Sin embargo, cada juego cuenta con reglas intransferibles, incluso dentro de la misma saga: un sistema de reglas y objetivos como *Elite 4 Round 2* (A9), que consiste en llegar a derrotar la segunda plantilla

24 La centralización de la información fuera de YouTube evita inconsistencias como entre A1 y Z1, donde el primero ya no posee el récord, pero mantiene «actual récord mundial» en el título.

25 La partida, en tanto *performance* competitiva, se convierte en material de análisis y referencia: en Z3, Sinned analiza su propio récord (A3).

26 La baja calidad de video y audio de Werster (A2) es la prueba de esto.

de los jefes finales de *FireRed* y *LeafGreen* es imposible de trasladar al resto de la franquicia cuya progresión es otra.

Estas prácticas no implican desinterés sino una vinculación distinta con el videojuego. Existe una visión reduccionista del *speedrunning* que desvincula a los jugadores de los títulos y sus mecánicas centrales (Hemmingsen, 2020, p. 2), mientras que hay otra que señala que en realidad se privilegia el «componente mecánico» por sobre los que fomentan la inmersión (Myers, 2003, pp. 12-14; Vila, 2013, p. 46). Este tipo de jugador aborda al juego como un sistema de mecánicas con significantes desprovistos de significado representacional. No hay mayor diferencia con otros modos que analizamos, ya que la elección de un juego sobre otro indica la búsqueda de una experiencia precisa. Desestimar la elección es equivalente a negar la multiplicidad de sentidos de cualquier objeto artístico y sería como sostener que hay *una forma correcta* de leer un libro, contemplar un cuadro o mirar una película.

Michael Hemmingsen señala que la permisividad del uso de *glitches* (errores forzados que modifican de alguna manera el proceso esperado) responde a un «deseo de subvertir las intenciones de los programadores» por parte de los jugadores (Hemmingsen, 2020, p. 4).²⁷ Resulta imposible sostener que los programas fueron diseñados para otra cosa que aquello que se hace con ellos; el *glitch* es parte del juego, en tanto se encuentra de manera potencial en el programa y es efectivizado al jugar. Al mismo tiempo, existen en los juegos *glitches* inevitables embebidos en la programación. Esta ambigüedad explica por qué las categorías se estandarizan.²⁸

En el marco de YouTube, categorías como *any%* (A1, A4) —en las que se usan *glitches* para saltarse el grueso del juego— aparentan ser menos prevalentes que sus contrapartes *glitchless*. Si bien es necesario otro acercamiento, los dos canales con más suscriptores (Werster, Gunnermaniac) presentan partidas *glitchless*, frente al centenar de Washer (A4).

Notamos también que las categorías no son excluyentes, sino que los *speedrunners* transitan entre ellas. Los conocimientos y las predisposiciones corporales parecen ser transferibles. El caso de Pokéguy es paradigmático —aunque no el único— en ese sentido porque no presenta especialización y participa al más alto nivel en *any%* (A1) como en *any% glitchless* (A10).

Por último, un aspecto en el que la lógica del contenido permea en todos los videos es en la presentación visual. Hay una preocupación general por la visualización, ya sea a través de YouTube o Twitch,²⁹ mediante una distribución de gráficos que brinda información contextual para que el espectador pueda seguir y juzgar la performance: el tiempo, los *inputs* realizados (A3),

27 Su justificación es literaria: habla de la inexistencia de «reglas» que permitan forzar la intención autoral sobre los lectores (Hemmingsen, 2020, p. 6).

28 Sobre la ambigüedad del *glitch*: en la descripción de Z10, sobre el *badge boost glitch* («glitch de impulso por medallas»), Jrose11 señala que, debido a los frecuentes errores de programación en la primera generación, «siempre va a haber algunos glitches presentes, y debido a lo inevitable de este en particular, está permitido en partidas, y considerado más una mecánica especial de la primera generación más que un glitch» (Jrose, 2023, Descripción).

29 Donde se transmitieron originalmente.

los objetivos a vencer, entre otros. Los hitos que se muestran no siempre corresponden a hitos de la progresión esperada, sino que pueden incluir la secuencia de *glitches* (A4) o la estrategia mapeada de antemano (A3). Se evidencia así una optimización radical de los movimientos a base de planificación y conocimiento profundo del juego y sus mecanismos.

(Hardcore) *nuzlocke*: estrategia y afecto

A diferencia del *speedrun*, el *nuzlocke*³⁰ es específico de Pokémon. Las reglas iniciales fueron definidas por un usuario de *4chan* mediante un web-cómic.³¹ Son 1) atrapar únicamente la primera criatura que aparece en cada sección nueva, 2) liberar a los *pokémon* que se desmayan,³² y 3) en algunos casos, la obligación de poner sobrenombre a las criaturas.

La bibliografía presenta dos posturas sobre su origen. La que llamamos hipótesis competitiva señala que se buscó «añadir una fresca y muy necesitada capa de desafío para los que encuentran a los juegos de Pokémon demasiado simples y limitantes» (Byun, 2024, p. 34). La hipótesis afectiva postula una vinculación emocional mediante un pacto ficcional (Vila, 2013, p. 51).³³

Notamos, preliminarmente, que la mayoría de los videos que encontramos correspondía a una variante *hardcore* del *nuzlocke*. Esto dificultó la búsqueda porque ambas variantes no se filtraban a partir de una *query* que contuviera la palabra «nuzlocke». Fue casi imposible rastrear videos unitarios que presentaran una partida del desafío original; encontramos listas de reproducción (Z4, Z5), pero nuestra búsqueda profunda solo brindó variantes del desafío *hardcore*, a partir de las cuales constituimos el corpus y una lista de reglas generales, sumadas a las arriba mencionadas. Para la variante básica (B1, B2, B3, B8, B10) las reglas generales son 1) tope de nivel con respecto al siguiente líder de gimnasio;³⁴ 2) no derrota, la partida termina si todos los *pokémon*

30 De «Nuzleaf», un *pokémon* y «lock», «candado», por las restricciones.

31 Aunque se basa en la adaptación de reglas comunitarias más generales, como las *no casualties runs* («sin damnificados») o las *minimalist runs* («minimalista», en referencia a los objetos), el *nuzlocke* incorpora dimensiones específicas que lo diferencian de sus antecesores (Vila, 2013, p. 47).

32 Lo que implica no poder usarla durante el resto de la partida e introduce un sistema de «muerte» definitiva, ausente del código del programa.

33 Vale aclarar que Sung Min Byun (2024) no descarta la vinculación afectiva ni Ezequiel Vila (2013) la competitividad como factores importantes. Asimismo, ambas posturas recalcan la importancia de los objetos culturales derivados de las partidas, como el web-cómic original o videos de YouTube. En cuanto a esto último, consignamos dos videos (Z6, Z7) anómalos y de alta exposición en la plataforma. Pertenecen a una variante más afectiva del *nuzlocke*, usan reglas básicas, fueron subidos a canales no dedicados a Pokémon, y toman la partida como base para una animación narrativa. Así, abordan uno de los temas centrales de la diégesis del juego: el vínculo de beneficio mutuo entre entrenadores y *pokémon* (Vila, 2013, p. 50). Aunque no pertenecen al ámbito de los desafíos, tuvieron repercusión en él, con pChal, autodefinido «nuzlocker profesional», comentando las partidas (Z8, Z9).

34 El nivel es una condición creciente de cada criatura que, según su especie, determina estadísticas de combate, movimientos disponibles y evolución (mecánica central de la franquicia, comparable a la metamorfosis de los insectos, mediante la cual los *pokémon* cambian de forma y aumentan su fuerza). Los líderes de gimnasio son jefes intermedios que, al ser derrotados, habilitan la progresión. La restricción de nivel busca mantener cada sección competitiva e interesante, y evitar que el jugador aumente el poder de sus *pokémon* hasta volver irrelevantes las batallas.

del grupo activo «mueren» en un mismo combate; 3) no uso de objetos en batalla,³⁵ 4) modo *set*, que impide cambiar de *pokémon* gratuitamente al derrotar a uno del rival.

Para la variante *monotype* (B4, B5, B6, B7, B9) se suma a lo anterior una restricción de tipo (fuego, agua, etc.).³⁶ El tipo elegido define el desafío («solo tipos fuego», B4).

Estas reglas generan partidas novedosas: los jugadores son «más conservadores» (Vila, 2013, p. 48) y usan estrategias más complejas que en una partida casual, a la vez que exploran el juego con criaturas que evitarían en otros modos. Estas, en realidad, son las expectativas de diseño: el programa original habilita estas prácticas para la expresión de individualidades.³⁷ Las reglas del *nuzlocke* se relacionan positivamente con la diversidad de opciones. En el corpus aparecen creadores (Chaotic Meatball, B4, B5) que explicitan su objetivo de completar un *hardcore nuzlocke* para cada tipo en cada entrega de la saga en lo que podemos llamar comportamiento «complecionista» (Kahn et al., 2015, p. 357).

La principal diferencia con el *speedrun* es la aclaración, a veces escueta,³⁸ de las reglas, generalmente en los primeros minutos o en la descripción de los videos. Esto se explica porque, al no estar centralizadas, las reglas deben explicitarse para que cualquier espectador entienda el desafío y pueda replicarlo si quisiese. Otra muestra de esto es la estandarización de los títulos: en los diez se avisa al espectador 1) el videojuego elegido, 2) el tipo de desafío y 3) su variante. Además, tres creadores (Danondorf, B2; FlygonHG, B3 y B8; Chaotic Meatball, B4 y B5) referencian las reglas adicionales del *hardcore* con una fórmula, idéntica en los tres casos, que puede traducirse rústicamente como «(sin objetos, sin pasar el tope de nivel)».

Cuatro títulos (B1, B6, B7, B9) se presentan como una pregunta, tres de las cuales (B6, B7, B9) son variantes de «¿puedo pasarme un [tipo de desafío] con [nombre de videojuego]?». Esta apelación al suspenso, no generalizada, es consistente con la finalidad de entretenimiento que tienen los videos, pero también con una cierta demostración de habilidades que se puedan asociar al creador y redundar en mayor prestigio dentro de la comunidad. La apelación a la palabra *hardcore* (en oposición a *casual* o *fácil*) en el nombre del desafío apunta en este último sentido.³⁹ Todo esto es, en última instancia, una exploración de posibilidades a partir del programa.

35 Las batallas permiten el uso de objetos especiales que otorgan ventajas como recuperación de salud, curación de estados negativos o mejora de estadísticas. Esta restricción refuerza la cláusula de muerte.

36 La restricción de tipo (conjunto de especies que comparten debilidades y fortalezas en combate) introduce variaciones más difíciles de mapear, ya que depende de las criaturas disponibles en cada sección del videojuego y de los tipos de los *pokémon* rivales.

37 En Pokémon, el histórico eslogan «Gotta catch 'em all!» («¡Hay que atraparlos a todos!», traducido oficialmente como «¡Atrápalos ya!») apela a la variedad de especies en la diégesis. Asimismo, el monólogo de Karen en *Gold/Silver/Crystal* promueve el uso de los *pokémon* favoritos del entrenador, independientemente de su fuerza, como signo de «habilidad» en combate.

38 Lo que habla de la fama que tiene el *nuzlocke* en la comunidad y en internet en general.

39 Para profundizar en el significado de *hardcore* ('dedicado') y *casual* en el campo de los videojuegos, ver Poels et al. (2012).

Mientras el video de *speedrun* tiende a tener la partida en el centro, estos desafíos específicos de Pokémon presentan la partida como un medio para generar contenido: el juego se supedita al algoritmo y se busca llamar la atención del espectador mediante las especificidades del desafío. Este comportamiento apunta a una cierta profesionalización (efectiva o deseada) del acto de jugar y, por lo tanto, a diferencia del *speedrun*, responde a una lógica no del todo autónoma de la plataforma y su promesa de transformar el prestigio comunitario en visibilidad.

La primacía del *hardcore* indica una tendencia notoria de las variantes competitivas por sobre las ficcionales. Esto es explícito en B8, que durante la presentación del desafío habla de los videojuegos de la franquicia como «estúpidamente fáciles» y señala la «muerte» como «la principal fuente de dificultad». Los videos muestran una tendencia a la explicación de las estrategias y los estados de juego más que a la ficción, y consignan muchas partidas a la vez. En ese sentido, se evidencia una recepción similar a la del *speedrunning*, ya que se desentienden de la ficción para vincularse con el programa. También vemos que hay un cambio en materia del contenido generado a partir de las partidas, desde una narración sumergida en el pacto hacia una narración del acto de jugar, que construye y fomenta la relación parasocial creador-espectador.

La inclusión de nuevas reglas (generales o de subvariantes) indica agotamiento en la reiteración. Explicaciones posibles son la necesidad de generar contenido y la búsqueda de rejugabilidad. La primera se vincula con la lógica parasocial y algorítmica de YouTube. La segunda responde a la misma necesidad de relevancia, pero también evidencia una vinculación afectiva con los títulos. Por el foco en dificultad y estrategia por sobre velocidad, la compartimentalización y el énfasis narrativo de los videos apuntan hacia dos lugares: las capturas y los jefes. La primera parece deberse a que la restricción de captura valoriza cada encuentro; la segunda, a la adrenalina (cada batalla presenta dificultad y por ende amenaza parcial o total) y a la progresión (cada victoria eleva el tope de nivel y abre nuevas áreas y encuentros).

Según nuestras observaciones, prima la hipótesis competitiva: el *nuzlocke* surge como un «modo difícil» y sus variantes igualan rejugabilidad con dificultad mediante restricciones. Esto no anula la hipótesis afectiva, ya que se mantiene la terminología ficcional y, en muchos casos, se toman acciones no requeridas por las reglas que vuelven tangible el pacto.⁴⁰ Puede que pase a segundo plano, pero el pacto no desaparece, y los signos siguen manteniendo un cierto valor representativo.

Por último, hay un rasgo pedagógico en el corpus analizado. Si bien el contenido de *nuzlocke* tiene como finalidad principal el entretenimiento, esto convive con una a veces explícita intención de enseñar estrategias, con expresiones en títulos como «guía completa» (B10) o «cómo ganar» (B1). Asimismo, puede suponerse una función pedagógica implícita en la explicación de estrategias y rutas del resto de los videos que convive con la ostentación de habilidades que otorgan prestigio dentro de la comunidad. La dimensión pedagógica es mayor que en el *speedrun*, quizás

40 Como la liberación de los *pokemon* al morir, aunque no es visible en todos los videos.

debido a la génesis competitiva de este último, ya que el acopio de información ofrece ventajas en la competición.

Hay que jugar con todos: *solo runs*

La última categoría surge, al igual que el *nuzlocke*, de un tipo general de desafío, llamado *solo-character run*.⁴¹ A diferencia de los anteriores, este carece de bibliografía dedicada, tanto en materia general como específica. Por esto, nuestro abordaje se basa principalmente en las reglas explicitadas en el corpus, que pueden resumirse en⁴² 1) solo se puede usar un *pokémon* en batalla, dicho *pokémon* define al desafío («solo Dragonite», C3); 2) no se permite el uso de ítems en batalla excepto *pokéballs*,⁴³ 3) no se permite el uso de *glitches*, trucos o *exploits*.⁴⁴

Dos aspectos de cada una de estas reglas llaman la atención: primero, la especificidad arbitraria de las reglas; segundo, el modo en que restringen una de sus mecánicas elementales. Para explorar estas características, abordamos cada una de las reglas y cómo son implementadas para luego analizar el contenido de los videos.

La regla de una sola criatura define al desafío. Sin embargo, un verdadero desafío *solo* —que implique utilizar un único *pokémon* sin excepción— es imposible en los videojuegos propuestos. Con cierta flexibilidad, debido al requerimiento de un segundo *pokémon* en la progresión⁴⁵ —sin modificar el juego base—, es posible solo en *Ruby*, *Sapphire* y *Emerald* con una sola de las tres opciones con las que se inicia la partida.⁴⁶ Incluso al permitir la modificación del programa para cambiar el *pokémon* inicial, una estricta *solo run* (sin utilizar en batalla otro *pokémon* salvo cuando sea requerido) solo es potencialmente posible para muy pocas criaturas.⁴⁷

Debido a esta realidad del programa, la regla de una sola criatura tiene el agregado del uso en batalla y la de objetos no restringe el uso de *pokéballs*.⁴⁸ De este modo, los jugadores tienen acceso a los «esclavos» que utilizan para aprender los distintos movimientos requeridos. El irónico

41 Literalmente, «partida de un solo personaje», tipificada como «una variante de desafío autoimpuesto restringida a juegos con múltiples personajes jugables» (Solo-Character Run, s. f., párr. 1).

42 Existen otras reglas (restricciones de movimientos, por ejemplo, en C3, C8, C9 y C11) que no se encuentran generalizadas.

43 Las *pokéballs* permiten capturar criaturas salvajes.

44 Referido, este último, al uso de *bugs* o *glitches* o mecánicas puntuales para generar ventajas sustanciales de un modo distinto al que los diseñadores «planearon originalmente» (Consalvo, 2007, p. 114).

45 Como se señala en Z12, en *Ruby*, *Sapphire* y *Emerald* también es técnicamente imposible hacer un verdadero desafío con un solo *pokémon* ya que se requiere al menos una batalla doble en la progresión normal del juego.

46 Debido a que, como se explica en Z11, es necesario que el *pokémon* elegido pueda aprender una serie de movimientos obligatorios que permiten avanzar.

47 Según las especies disponibles en cada juego: 4 de 151 en *Red/Blue/Yellow*; 1 de 251 en *Gold/Silver/Crystal*; 33 de 386 en *Ruby/Sapphire/Emerald*; y 6 de 386 en *FireRed/LeafGreen*. Cálculo automatizado mediante consultas a PokéAPI v2 (<https://pokeapi.co/>), con umbral mínimo de viabilidad para una solo run según la capacidad de aprender movimientos requeridos. Este número no implica que puedan superar efectivamente los demás obstáculos del juego. El código utilizado fue realizado con asistencia de ChatGPT 5.2 y se encuentra disponible en <https://github.com/fjsegredo/Poke-Gens1-3-HM-Checker>.

48 Asimismo, debido a la batalla doble requerida en *Ruby*, *Sapphire* y *Emerald*, se habilita en dichos desafíos a utilizar otro *pokémon*.

nombre se atribuye a una recepción negativa de una mecánica que fuerza ataques de poco valor y difíciles o imposibles de olvidar. Algunos videos revierten esta lógica negativa y la incluyen en la narración (C1, C7 y C9, por ejemplo), deteniéndose en las capturas de dichos *pokémon* y utilizando esas instancias para chistes internos⁴⁹ (C1) o llamados a la acción (C7).⁵⁰

La restricción de *glitches* y *exploits* presenta considerable ambigüedad en los distintos videos, en particular en la primera generación (C1, C2, C3). Si bien los tres creadores analizados recogen la regla, la interpretación varía, por ejemplo, en lo referido al *pokedoll skip*.⁵¹ Por un lado, en C1 y C2, no se saltan una porción del juego mediante esta técnica y, si bien Scott's Thoughts no lo hace en C3, sí la permite en otras partidas de la misma serie (Z13). Esto nos evidenció un subtipo de creador dentro del *solo* que se asimila al *speedrunner* y cuyos ejemplos en el corpus son Scott's Thoughts y Speedrunner 0218 (C8), quienes presentan un mismo conjunto de reglas adicionales y comparten un abordaje abocado a la comparación de sus propias partidas en tiempo real.

Los videos comparten una estructura comunicativa en el comienzo: latiguillo o encabezado (si los hubiese); comentario sobre el video anterior; presentación del desafío, sus reglas y el *pokémon* elegido; presentación de las características del *pokémon*; explicitación de las dificultades esperadas. Esta composición híper-formular —además de agilizar el trabajo requerido para producir el video— arma a los espectadores con información contextual que luego permite introducir episodios inesperados en la narración. Mah-Dry-Bread (C2, C4, C7) presenta especial interés en este sentido por el uso de un recurso de metanarración:⁵² al comienzo de cada video señala que la escritura del guion es simultánea a la partida, crea así la ilusión de incertidumbre y, también, habilita a los espectadores a «adivinar» si el desafío es posible, mediante un llamado a la acción. En este sentido, vuelven a aparecer las preguntas como parte de la titulación estándar, con variantes de «¿es posible derrotar [videojuego] con [*pokémon*]?» (C1, C2, C4, C5, C6, C7, C10).

Los videos se detienen en las batallas principales con los líderes de gimnasio, con algunos incluso utilizando el montaje para resaltarlos con gráficos especiales (C3, C6, C8, C9, C11). En este sentido, se asemeja al *nuzlocke*; sin embargo, a diferencia de este, sus reglas suelen permitir que se muestren múltiples intentos. En estas instancias, los creadores aprovechan para explicitar la actualización de estrategias, llamar a la acción (dar *like* o suscribirse), comentar algún aspecto de la franquicia o de sus vidas personales, o profundizar sobre el diseño o la programación (por

49 Los chistes recurrentes son frecuentes (C1, C2, C3, C4, C7, C9, C11).

50 El creador captura cinco *pokémon* de la misma especie por su habilidad especial que brinda objetos valiosos a lo largo de la partida. Los apoda «Like», «Subscribe», «Twitter», «Twitch», y «Linkedin?», demostrando que la partida es jugada con el objetivo de ser vista e inscribiéndola en la construcción de su marca personal. Los apodos en general son fuentes frecuentes de humor.

51 «Salto de la poké-muñeca». En consonancia con lo señalado sobre ambigüedad del *glitch* (nota 27), los tres videos presentan el inevitable *badge boost glitch*. El debate atraviesa las categorías analizadas (ver Z14), reforzando nuestra crítica a Michael Hemmingsen (2020).

52 Se muestra el supuesto guion de la narración.

ejemplo, las matemáticas del cálculo de daño o los *glitches*) con evidente interés pedagógico. Esto último funciona a su vez como despliegue de un conocimiento profundo, capital simbólico que caracteriza a creadores como Scott's Thoughts, Jrose11 (C5, Z10) o Speedrunner 0218 y los distingue de otros participantes del desafío con un acercamiento más superficial (C1, C2, C4, C7).

Por último, todos resaltan la dificultad específica de cada criatura. En juego con las expectativas generadas en la introducción, los creadores presentan los distintos momentos de tensión a través del comentario. Entendemos que aquí vuelven a aparecer aspectos del tipo de jugador «complecionista», ya sea como Scott's Thoughts, que en Z13 completó una tabla que ordena las 151 criaturas de la primera generación con base en su capacidad de pasar una *solo run* en tiempo real (otra vez, con evidente influencia del *speedrunning*), o en la simple proliferación de desafíos, que muestra un colectivo deseoso de explorar la potencialidad del programa, incluso con criaturas consideradas inútiles (C5, Z10, Z15), más allá, ahora sí, de lo esperado por los diseñadores.⁵³

Conclusiones y cierre

El análisis muestra que los desafíos autoimpuestos son útiles como marcos para explorar la potencialidad de los programas y que concentran parte de la atención de las comunidades dentro y fuera de YouTube. La consolidación de estos desafíos y sus subcategorías constituye una ventana privilegiada a la recepción del videojuego y a la construcción comunitaria de modos legítimos de jugar.

Señalamos algunos aspectos de lo observado. Primero, la lógica de la plataforma transforma —en mayor o menor medida y mediante las herramientas a disposición— al video de registro en contenido e interviene en la configuración y circulación de las categorías comunitarias, aunque hace falta seguir explorando esto con otros abordajes. Segundo, la pregunta por el prestigio entre categorías permanece abierta: nos parece que este camino requiere una definición conceptual más precisa que la aquí expuesta y relevamientos cuantitativos.

Otro aspecto rescatable se vincula con la ausencia de plataformas regulatorias centralizadas y distintas de YouTube en los últimos dos casos. Los videos de *nuzlocke* y *solo* operan como espacios de estandarización de reglas y transmisión de conocimiento, en diálogo con lógicas algorítmicas y dinámicas parasociales. Las *solo runs* presentan un alto grado de estandarización formular, lo que sugiere una inscripción particularmente fuerte en circuitos de producción de contenido audiovisual. Hay espacio para profundizar en la relación entre el contenido y la partida.

Por último, observamos una regularidad ineludible: todos los videos muestran una orientación hacia la optimización estratégica, la gestión del riesgo y la exploración de la rejugabilidad.

53 Prueba de que el uso de algunas criaturas no estaba contemplado es que algunas carecen de programación de ataques en sus primeros niveles, dado que normalmente aparecen en secciones avanzadas del juego y su uso en niveles menores no se previó.

En ese sentido, no hay diferencia visible en el comportamiento entre desafíos. Esto puede servir de base para otros acercamientos que quieran seguir ahondando sobre la generalidad de la oposición entre juego dedicado y casual.

En conjunto, los videos de desafíos autoimpuestos resultan útiles para empezar a observar cómo se intensifica y regulariza en ciertas prácticas y espacios la interacción jugador-juego. A su vez, permiten continuar explorando la naturaleza específica de la forma videojuego. Al mismo tiempo, al pensar el registro de la experiencia como parte de una encadenación recursiva, se complejiza la noción de recepción con intermediarios y lógicas que exceden al objeto cultural que los nuclea.

Fuentes

- BARD BREAKER. (2020, 2 de agosto). *Can I Beat Pokemon Red With Just Voltorb? - No Items In Battle - Pokemon Challenges!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nQgb57wuowM>
- CHAOTICMEATBALL. (2022, 17 de mayo). *Pokémon Crystal Hardcore Nuzlocke - Flying Type Pokémon Only! (No items, No overleveling)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mhhgv2dvL58>
- CHAOTICMEATBALL. (2025, 4 de noviembre). *Pokémon Gold & Silver Hardcore Nuzlocke - Fire Types Only! (No items, No overleveling)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cYqN-mfiUr4>
- COACH MAX ENTERTAINMENT. (2020a). *Pokemon Blue Nuzlocke* [Lista de reproducción]. YouTube. <https://www.youtube.com/playlist?list=PLimb8kUNE7cyaOx9Auq5b5QL-gYM1syc2>
- COACH MAX ENTERTAINMENT. (2020b). *Pokemon Silver Nuzlocke* [Lista de reproducción]. YouTube. https://www.youtube.com/playlist?list=PLimb8kUNE7czHc2IV2sezDkZ4Xa2H_Z1F&si=MTsoIoJtLqsesxyq
- DANONDORF. (2023, 24 de febrero). *Pokémon Blue Version Hardcore Nuzlocke (No items, No overleveling)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mJMDKOROBog>
- FLYGONHG. (2020, 9 de diciembre). *Pokemon FireRed Hardcore Nuzlocke (No items, No overleveling)* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ECCKao_sh3E
- FLYGONHG. (2022, 7 de noviembre). *Pokémon Yellow - My First Gen 1 Hardcore Nuzlocke! (No items, No overleveling)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KRNONQBROMS>
- GAME FREAK. (1996a). *Pocket Monsters Green* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (1996b). *Pocket Monsters Red* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (1998a). *Pokémon Blue Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (1998b). *Pokémon Red Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (1999). *Pokémon Yellow Version: Special Pikachu Edition* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (2000a). *Pokémon Gold Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (2000b). *Pokémon Silver Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (2001). *Pokémon Crystal Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (2003a). *Pokémon Ruby Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (2003b). *Pokémon Sapphire Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (2004a). *Pokémon FireRed Version* [Software]. Nintendo.
- GAME FREAK. (2004b). *Pokémon LeafGreen Version* [Software]. Nintendo.

- GAME FREAK. (2005). *Pokémon Emerald Version* [Software]. Nintendo.
- GROGIR. (2023, 15 de diciembre). *Pokémon Red Any% in 1:17:577* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cWocojuoNrK>
- GRUMPY GENGAR. (2023, 20 de enero). *Pokémon Emerald Hardcore Nuzlocke - The Complete Guide* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xre9bj7TnBI>
- GUNNERMANIAC. (2021, 24 de enero). *Pokemon Crystal Speedrun in 3:10:32! (New Personal Best!)* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=EJ_ZnIQzE7U
- GUNNERMANIAC. (2024, agosto 21). *World Record! Pokemon Sapphire Speedrun in 1:56:47!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=r6aXQ5juRo>
- GUNNERMANIAC. (2025, 29 de julio). *World Record! Insane Comeback! Pokemon Firered Round 2 Speedrun!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Fx9yKxbJBrg>
- JAIDENANIMATIONS. (2019, 10 de noviembre). *I Attempted my First Pokemon Nuzlocke* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=plSyrHqUh78>
- JROSE11. (2020, 29 de octubre). *Is it Possible to Beat Pokemon Gold/Silver with just a Magikarp?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jafHKvpIBnQ>
- JROSE11. (2022, 4 de diciembre). *How to Win a Hardcore Nuzlocke in Pokemon Red/Blue* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=F4M7gr7aQJo>
- JROSE11. (2023, 15 de diciembre). *Can you beat Pokemon Red/Blue with just a Ditto?* [Descripción de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4P8NFOG-KYE>
- KEEPINGITICY. (2025, 15 de abril). *Pokemon Ruby any% Glitchless Speedrun in 2:09:39* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Cisu1VxktvY>
- KEIZARON. (2016, 16 de agosto). *Pokemon Silver Any% Glitchless Speedrun (3:22:41) [Former World Record]* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=iGpPlFfvgkc>
- MAH-DRY-BREAD. (2019a, 3 de junio). *Can I Beat Pokemon Red/Blue With Only One Rattata? Pokemon Challenges* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mHdqpqy9VbU>
- MAH-DRY-BREAD. (2019b, 12 de octubre). *Can I Beat Pokemon Ruby with Only One Skitty? Pokemon Challenges. No Items in Battle* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FWgruaEKWIE>
- MAH-DRY-BREAD. (2024, 1 de diciembre). *Can I Beat Pokemon Gold with ONLY Paras? Pokemon Challenges. No Items in Battle* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=aUzn_v03IAO
- MANDJTV. (2020, 5 de mayo). *Which Starter Pokémon can Solo Run Their Games?* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_urS-f-P8UE
- PCHAL. (2020, 8 de agosto). *Pro Nuzlocker reacts to «I Attempted my First Pokemon Nuzlocke»* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=-evZvXLHdzA>
- PCHAL. (2025, 31 de agosto). *An Analysis of TheOddisOut First Nuzlocke* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ugQ9YddIvaQ>
- PAPASEA. (2020, 21 de noviembre). *Beating Pokemon How Nintendo Intended It* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MctPEGsojGQ>
- PIKASPREY YELLOW. (2018, 13 de febrero). *Can You Beat Pokemon Red/Blue With Only a Ditto?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TeWxEbl2kwQ>
- POKEGUY. (2019, 8 de agosto). *Pokemon Red Any% Speedrun in 1:18.893 [Current World Record]* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hvZFPjHjX9w>
- POKEGUY. (2023, 15 de diciembre). *Pokemon LeafGreen Any% Glitchless Speedrun in 1:59:34 [Current World Record]* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CbfjWuRWH1o>

- SAPPHIRE SABRE. (2021, 11 de junio). *Can I Beat Pokemon Leaf Green Using Hardcore Nuzlocke Rules With Only Grass Types?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wF69s3990ho>
- SCOTT'S THOUGHTS. (2022a, 28 de enero). *Sceptile Only-Pokemon Emerald-Gen 3 Starters Part 1* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gQKqMBOGM6w>
- SCOTT'S THOUGHTS. (2022b, 25 de diciembre). *Butterfree Only-Pokemon FireRed-My first time playing the remakes in a decade!* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/uDTyeuTDKgc?si=tjHgWoxoIYCOP8Z>
- SCOTT'S THOUGHTS. (2025a, 6 de diciembre). *Dragonite Only-Pokemon Yellow* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/ftC5rxl8qiA?si=9w-4WpbVERAKo65E>
- SCOTT'S THOUGHTS. (2025b, 24 de diciembre). *The End* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XdxPAEPwhJA>
- SHEANAGANS SMASH. (2016, 10 de febrero). *Why We Allow Pokedoll Skip* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YLO3EoxqpdM>
- SILPHSPECTRE. (2021, 14 de noviembre). *Can I Beat a Pokémon Ruby Hardcore Nuzlocke with Only Normal Types!? (Pokémon Challenge)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nlp9KQ-EoCI>
- SILPHSPECTRE. (2022, 27 de febrero). *Can I Beat a Pokémon Sapphire Hardcore Nuzlocke with Only Ground Types!? (Pokémon Challenge)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3YGUOz7FsJk>
- SINNED. (2025, 31 de mayo). *Pokemon Yellow Any% Glitchless-1:53:02 [Current World Record]* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fpqPF8MsiyA>
- SPEEDRUNNER 0218. (2025, 8 de junio). *Pokemon Sapphire: Torkoal Only Solo Run* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Yovsmox36U4>
- SWOLETAKU. (2020, 3 de octubre). *What Pokemon Can Truly Solo Run Their Games?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=por7K1Mfi6o>
- THE BREPH. (2019, 6 de diciembre). *Can you beat Pokémon Leaf Green with only a Bagon? Pokemon Challenge* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QRipdm1m26w>
- THEODDISOUT. (2025, 18 de julio). *My First Pokemon Nuzlocke* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=usmN2UetrzY>
- WASHER. (2022, 27 de enero). *Pokémon Gold Any% in 7:59 (Current World Record)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wqpuFhMx5Ts>
- WAVEWARRIOR. (2022, 2 de marzo). *Pokemon Emerald Any% Glitchless in 2:29:51 [Current World Record]* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=AMSH2S-RY0A>
- WERSTER. (2013, 13 de marzo). *Pokemon Blue: 1:57 Speedrun Glitchless Single Segment Speed Run* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=1Laowy9Apks>
- WOOPSIRE. (2020, 6 de junio). *Can You Beat Pokemon Crystal Using Only a Wooper? (Pokemon Challenge)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=k4CnBdsxqBU>

Referencias

- AHMED, A., QAMAR, R., ASIF, R., IMRAN, M. y AHMED, S. (2024). The Dead Internet Theory: Investigating the Rise of AI-Generated Content and Bot Dominance in Cyberspace. *Pakistan Journal of Engineering, Technology & Science (PJETS)*, 12(1), 37-48.
- BUCHHOLZ, K. (2021). *The Pokémon franchise caught 'em all*. Statista. <https://www.statista.com/chart/24277/media-franchises-with-most-sales/>
- BURWELL, C. y MILLER, T. (2016). Let's Play: Exploring literacy practices in an emerging videogame paratext. *E-Learning and Digital Media*, 13(3-4), 109-125. <https://doi.org/10.1177/2042753016677858>

- BYUN, S. M. (2024). *The Evolution of the Pokémon Fan* [Tesis de maestría]. Graduate School of International Studies, Seoul National University. <https://s-space.snu.ac.kr/handle/10371/210346>
- CONSALVO, M. (2007). *Cheating. Gaining Advantage in Videogames*. The MIT Press.
- GUAJARDO, A. M. (2023). Player practices. En M. J. P. Wolf y B. Perron (Eds.), *The Routledge Companion to Video Game Studies* (2.ª ed., pp. 408-417). Routledge.
- HANSON, C. (2023). Repetition. En M. J. P. Wolf y B. Perron (Eds.), *The Routledge Companion to Video Game Studies* (2.ª ed., pp. 275-281). Routledge.
- HEMMINGSEN, M. (2020). Code is Law: Subversion and Collective Knowledge in the Ethos of Video Game Speedrunning. *Sport, Ethics and Philosophy*, 15(3), 435-460. <https://doi.org/10.1080/17511321.2020.1796773>
- ISER, W. (1978). *The Act of Reading. A Theory of Aesthetic Response*. Johns Hopkins University Press.
- JUUL, J. (2005). *Half-Real. Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. The MIT Press.
- KAHN, A. S., SHEN, C., LU, L., RATAN, R. A., COARY, S., HOU, J., MENG, J., OSBORN, J. y WILLIAMS, D. (2015). The Trojan Player Typology: A cross-genre, cross-cultural, behaviorally validated scale of video game play motivations. *Computers in Human Behavior*, 49, 354-361. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.018>
- KIRKPATRICK, G. (2012). Constitutive Tensions of Gaming's Field: UK gaming magazines and the formation of gaming culture 1981-1995. *Game Studies*, 12(1). <https://gamestudies.org/1201/articles/kirkpatrick>
- KREISSL, J., POSSLER, D. y KLIMMT, C. (2021). Engagement With the Gurus of Gaming Culture: Parasocial Relationships to Let's Players. *Games and Culture*, 16(8), 1021-1043. <https://doi.org/10.1177/15554120211005241>
- LUKACS, A. (2023). Sociology. En M. J. P. Wolf y B. Perron (Eds.), *The Routledge Companion to Video Game Studies* (2.ª ed., pp. 521-528). Routledge.
- MUZUMDAR, P., CHEEMALAPATI, S., RAMIREDDY, S. R., SINGH, K., KURIAN, G. y MULEY, A. (2025). The Dead Internet Theory: A Survey on Artificial Interactions and the Future of Social Media. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 18(1), 67-73. <https://doi.org/10.9734/ajrcos/2025/v18i1549>
- MYERS, D. (2003). *The Nature of Computer games. Play as Semiosis*. Peter Lang.
- POELS, Y., ANNEMA, J. H., VERSTRAETE, M., ZAMAN, B. y DE GROOFF, D. (2012). Are you a gamer? A **qualitative** study on the parameters for categorizing casual and hardcore gamers. *Iadis International Journal on WWW/Internet*, 10(1), 1-16.
- SELF-IMPOSED CHALLENGE. (s. f.). TV Tropes. Recuperado el 27 de enero de 2026, de <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/SelfImposedChallenge>
- SHARP, J. (2015). *Works of game: On the aesthetics of games and art*. The MIT Press.
- SOLO-CHARACTER RUN. (s. f.). TV Tropes. Recuperado el 27 de enero de 2026, de <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/SoloCharacterRun>
- TAYLOR, T. L. (2018). *Watch me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton University Press.
- VILA, E. (2013). Challenge accepted: Videojuegos, reglas y desafíos. *Luthor*, (16), 38-52. <https://revistaluthor.com.ar/ojs/index.php/luthor/article/view/88/94>
- WALTER, Y. (2025). Artificial influencers and the dead internet theory. *AI & Society. Journal of Knowledge, Culture and Communication*, 40(1), 239-240. <https://doi.org/10.1007/s00146-023-01857-0>
- WHAT IS SPEEDRUNNING? (s. f.) Speedrun.com. Recuperado el 8 de enero de 2026, de <https://www.speedrun.com/support/learn/what-is-speedrunning>
- WHITE, G., LOVE, L. H. C. y BRENNAN, C. (2020, 6-9 de julio). *Play and the Exhibition: The problematic fun of showcasing of videogames in informal and formal contexts* [Ponencia]. Proceedings of EVA London 2020. Londres. <https://doi.org/10.14236/ewic/EVA2020.6>